

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт Экономики и управления АПК
Кафедра Логистики и маркетинга в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института Шапорова З.Е.

"25" "03" 2019 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Пыжикова Н.И.

"28" "03" 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Мерчендайзинг

ФГОС ВО

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(код, наименование)

Профиль Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)

Курс 3

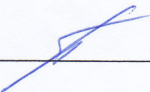
Семестр 6

Форма обучения очная

Квалификация выпускника бакалавр

Красноярск, 2019

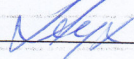
Составитель: Бордаченко Н.С., ст.преподаватель кафедры логистики и маркетинга в АПК
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 619 «22» 03 2019 г.

Зав. кафедрой Лукиных В.Ф., д-р экон.наук, профессор
(ФИО, ученая степень, ученое звание)

 «22» 03 2019 г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Юношески
управления АПК протокол № 7 «15» 03 2019 г.

Председатель методической комиссии
Белова ЛА (ФИО, ученая степень, ученое звание) «15» 03 2019 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Муромов В. П. 9741 1/09
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «18» 03 2019 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	5
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.3. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	8
4.4. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4.4.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>11</i>
4.4.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы.....</i>	<i>10</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	11
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	11
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ	12
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ".....	13
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	13
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	13
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	15
9.1. Методические рекомендации для обучающихся	15
9.2. Методические рекомендации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	15
<i>Изменения</i>	<i>17</i>

Аннотация

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01 «Мерчендайзинг» является дисциплиной по выбору части Блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Логистики и маркетинга в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной (ПК-4) компетенции.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными этапами развития мерчендайзинга, современными методами коммуникации, сущностью и содержанием коммуникативного процесса.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические, самостоятельная работа, консультации).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные (16 часов), практические занятия (32 часов) и 60 часов самостоятельной работы студента.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мерчендайзинг» является дисциплиной по выбору и включена в ОПОП, в часть блока 1 Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина «Мерчендайзинг» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Social Media Market», «Digital – маркетинг».

Контроль знаний студентов проводится в форме текущей и промежуточной аттестации.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, формируемые в результате освоения.

Цель изучения дисциплины «Мерчендайзинг»: является приобретение теоретических знаний и практических умений и навыков в области мерчендайзинга

Задачи дисциплины:

- формирование ассортиментной политики;

- наиболее оптимальное и удобное размещение оборудования, отделов, секций, товаров в сочетании с информационным сопровождением и формирование ситуаций в торговом зале;
- создание благоприятной атмосферы магазина;
- содействие продажам товаров и их марок;
- разработка и внедрение рациональной планировки торгового зала, и размещение товаров;
- разработка и применение средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	Знать: технологии и способы организации мероприятий в сфере мерчендайзинга, способствующие увеличению продаж продукции.
		Уметь: применять технологии и способы организации мероприятий в сфере мерчендайзинга, способствующие увеличению продаж продукции.
		Владеть: навыками использования технологий и способов организации мероприятий в сфере мерчендайзинга, способствующих увеличению продаж продукции.

3. Организационно-методические данные дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач.ед. (108 часов), их распределение по видам работ и по семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
			№ 6	
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3,0	108	108	
Контактная работа	1,3	48	48	
в том числе:				
Лекции (Л)/ в том числе в интерактивной форме		16	16	
Практические занятия (ПЗ) /в том числе в интерактивной форме		32	32	
Семинары (С)/ в том числе в интерактивной форме				
Лабораторные работы (ЛР) / в том числе в интерактивной форме				
Самостоятельная работа (СРС)	1,7	60	60	

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	зач. ед.	час.	По семестрам	
			№ 6	
в том числе:				
самостоятельное изучение тем и разделов		18	18	
самоподготовка к текущему контролю знаний		31	33	
подготовка к зачету		9	9	
Вид контроля:		Зачет	Зачет	

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Таблица 3

Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплины

Наименование модулей и модульных единиц дисциплины	Всего часов на модуль	Контактная работа		Внеаудиторная работа (СРС)
		Л	ПЗ	
Модуль 1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ КУРСА «МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»	54	8	16	30
Модульная единица 1. Понятие и сущность мерчендайзинга	26	4	8	14
Модульная единица 2. Становление и развитие мерчендайзинга	28	4	8	16
МОДУЛЬ 2. ПРАКТИКА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА	54	8	16	30
Модульная единица 1. Организация торгового процесса на основе мерчендайзинга	26	4	8	14
Модульная единица 2. Сопровождение торгового процесса	28	4	8	16
ИТОГО	108	16	32	60

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ КУРСА «МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»

Модульная единица 1. Понятие и сущность мерчендайзинга

Основные понятия мерчендайзинга

Модульная единица 2. Становление и развитие мерчендайзинга

История возникновения и развития мерчендайзинга

Классификация мерчендайзинга

Модуль 2 - ПРАКТИКА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА

Модульная единица 1. Организация торгового процесса на основе мерчендайзинга

Мерчендайзинговый подход к распределению площади торгового зала

Мерчендайзинговые подходы к размещению торгового оборудования в торговом зале

Модульная единица 2. Сопровождение торгового процесса

Формирование атмосферы торгового зала

Мерчендайзинг освещения торгового зала

4.3. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ КУРСА «МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»		Коллоквиум	8
	Модульная единица 1. Понятие и сущность мерчендайзинга.	Лекция № 1. Основные понятия мерчендайзинга		4
	Модульная единица 2 - Становление и развитие мерчендайзинга	Лекция № 1. История возникновения и развития мерчендайзинга		2
		Лекция № 2. Классификация мерчендайзинга		2
2.	МОДУЛЬ 2 - ПРАКТИКА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА		Коллоквиум	8
	Модульная единица 1. Организация торгового процесса на основе мерчендайзинга.	Лекция № 1. Мерчендайзинговый подход к распределению площади торгового зала		2
		Лекция № 2. Мерчендайзинговые подходы к размещению торгового оборудования в торговом зале		2
	Модульная единица 2. Сопровождение торгового процесса	Лекция № 1. Формирование атмосферы торгового зала		2
		Лекция № 2. Мерчендайзинг освещения торгового зала		2
3.	ИТОГО:		Зачет	16

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема практических занятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ КУРСА «МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»		Тест	16
	Модульная единица 1. Понятие и сущность мерчендайзинга	Практическое занятие № 1. Основные понятия мерчендайзинга.	Имитационное упражнение	8
	Модульная единица 2 - Становление и развитие мерчендайзинга	Практическое занятие № 1. История возникновения и развития мерчендайзинга	Круглый стол	4
		Практическое занятие № 2. преимущества и недостатки СМИ в построение коммуникации с потребителем	Keys-study	4
2.	МОДУЛЬ 2 - ПРАКТИКА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА		Тест	16
	Модульная единица 1. Организация торгового процесса на основе мерчендайзинга	Практическое занятие № 1. Виды внутренних коммуникаций на предприятии	Имитационное упражнение	4
		Практическое занятие № 2 Мерчендайзинговые подходы к размещению торгового оборудования в торговом зале	Круглый стол	4
	Модульная единица 2. Сопровождение торгового процесса	Практическое занятие № 1. Формирование атмосферы торгового зала	Keys-study	4
		Практическое занятие № 2. Мерчендайзинг освещения торгового зала	Круглый стол	4
3.	ИТОГО:		Зачет	32

4.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний.

Самостоятельная работа студентов (СРС) организуется с целью развития навыков работы с учебной и научной литературой, выработки способности вести научно-исследовательскую работу, а также для систематического изучения дисциплины.

Применяются следующие формы организации самостоятельной работы:

- организация и использование электронного курса дисциплины, размещенного на платформе LMS Moodle для СРС.
- работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекциях;
- самостоятельное изучение отдельных разделов дисциплины;
- подготовка к практическим занятиям;
- самотестирование по контрольным вопросам (тестам);

4.4.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
1.	Модуль 1. ОБЩЕТЕОРЕТИЧЕСКИЕ СВЕДЕНИЯ КУРСА «МЕРЧЕНДАЙЗИНГ»		9
	Модульная единица 1. Понятие и сущность мерчендайзинга.	1. Эволюция дисциплины «Мерчендайзинг». 2. Мерчендайзинг: сущность, цели, основные виды и функции.	4
	Модульная единица 2 -Становление и развитие мерчендайзинга.	3. Мерчендайзинг в экономике России. 4. Исследования «Внутренние коммуникации и внутренний маркетинг как инструменты реализации миссии и стратегии компании». 5. Комплекс продвижения как центральный элемент маркетингового коммуникационного процесса.	5
2.	МОДУЛЬ 2. ПРАКТИКА МЕРЧЕНДАЙЗИНГА		9
	Модульная единица 1. Организация торгового процесса на основе мерчендайзинга.	1.Маркетинговые исследования и коммуникации. 2.Исследование ключевых участников маркетинговых коммуникаций.	4
	Модульная единица 2. Сопровождение торгового процесса	1. Понятие и особенности подхода «интегрированные маркетинговые коммуникации». 2.Факторы, определяющие эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. 3.Эффект и структура интегрированных маркетинговых коммуникаций. 4.Стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций: сущность и виды.	5
Самоподготовка к текущему контролю знаний			33
Подготовка к зачету			9
ВСЕГО			60

4.4.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы/ учебно-исследовательские работы

Не предусмотрено учебным планом.

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)
-------	--------------------------------	---

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ЛПЗ	СРС	Вид контроля
ПК-4 - Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	М1,2	М1,2	М1,2	Зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Логистика и маркетинг в АПК

Направление подготовки (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина Мерчендайзинг

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ	Электр	Библ	Каф		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
Основная										
	Теория и практика массовой информации	А.Г. Киселев	М. : «КноРус»	2016	+		+			5
	Основы рекламы	Г.А. Васильев, В.А. Поляков	М. : Вузовский учебник	2009	+		+			15
	Маркетинговые коммуникации	Е.Н. Голубкова	М. : «Финпресс»	2003	+		+			14
	Прикладной маркетинг	Н.А. Нагапетьянц	М. : Юнити	2000	+		+			26
	Рекламная деятельность	О.Н. Жильцова	М. : Маркетинг, М. :Юрайт	2019		+				http://biblio-online.ru/bcode/433656
	Маркетинг	М.Н. Григорьев	М. :Юрайт	2012	+		+			12
Дополнительная										
	Технология рекламы и PR	Б.Л. Борисов	М. : ФАИР-ПРЕСС	2001	+		+			3

Связи с общественностью	О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.ru/bcode/413802
Теория и практика связей с общественностью	С.М. Емельянов	М. : Юрайт	2018		+				https://biblio-online.ru/bcode/415427
Реклама: теория и практика	Л.Н. Федотова	М. : Юрайт	2018		+				https://urait.ru/bcode/413192
Реклама и связи с общественностью	И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов	М. : Юрайт	2019		+				https://urait.ru/bcode/425190
Основы интегрированных коммуникаций	В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425906
Маркетинговые исследования	Д.В. Тюрин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425844
Брендинг	И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин	М. : Юрайт	2019		+				https://biblio-online.ru/bcode/425868
Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг	М.А. Николаева	Екатеринбург: УрГПУ	2017		+				https://e.lanbook.com/book/159004

Директор Научной библиотеки




6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

1. Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО Красноярский ГАУ на платформе LMS Moodle – Режим доступа: <https://e.kgau.ru/>
2. Научная библиотека Красноярский ГАУ – Режим доступа: <http://www.kgau.ru/new/biblioteka/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
4. СПС «Консультант Плюс» – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Электронно-библиотечная система «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com>
6. Электронная библиотечная система «Юрайт» – Режим доступа: <http://www.biblio-online.ru/>
7. «Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия», - Раздел «Техника/Компьютеры и Интернет» – Режим доступа: <https://megabook.ru/>

Информационно- поисковые системы:

- Google – Режим доступа: <http://www.google.com>
- Yandex – Режим доступа: <http://www.yandex.ru>
- Rambler – Режим доступа: <http://www.rambler.ru>

6.3. Программное обеспечение

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация бакалавров производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем, ведущими лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- коллоквиум;
- keys-study;
- выполнение имитационных упражнений.

Промежуточная аттестация по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета.

Таблица 10

Рейтинг – план дисциплины «Мерчендайзинг»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	54	45
2	Модуль № 2	54	45
	Зачет	-	10
	Итого	108	100

В фонде оценочных средств по дисциплине "Мерчендайзинг", в котором детально прописаны критерии оценивания по текущей и промежуточной аттестации.

Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ				Итого
		Имитационные упражнения	Keys-study	Круглый стол	Зачет	
1	Модуль № 1	15	15	15	-	45
2	Модуль № 2	15	15	15	-	45
	Зачет	-	-	-	10	10
	Итого	30	30	30	10	100

Задания по всем видам текущей работы и промежуточной аттестации, а также критерии оценивания приведены в ФОС по дисциплине «Мерчендайзинг».

Промежуточный контроль по результатам 6 семестра по дисциплине «Мерчендайзинг» – **зачёт** - проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Студенту, набравшему 65 баллов по результатам текущей работы, зачет выставляется автоматически.

Студенты, не набравшие данное количество баллов, проходят итоговое тестирование, включающее в себя тестирующие материалы по всему курсу «Мерчендайзинг» и проводимое в ЭИОС «Moodle».

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 87-100% тестирующих материалов (1-5 ошибок), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 73-86% тестирующих материалов (6-10 ошибок), получает 15 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-72% (11-15 ошибок) тестирующих материалов, получает 10 баллов.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации, и выводится итоговый результат по зачёту по следующим критериям:

65 баллов и выше - «зачтено».

Менее 65 баллов – «не зачтено».

Обучающийся, не сдавший зачёт, приходит на пересдачу в сроки в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей: http://www.kgau.ru/new/news/news/2017/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 4-06 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебная аудитория 5-05 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И»).

Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, аудиторная доска, информационные и методические материалы, общая локальная компьютерная сеть Internet, 2 инсталляционных акустических системы AMIS INSTALL30W, кафедра для мультимедийного оборудования, мультимедийный проектор Panasonic PT-D3500E.

Программное обеспечение:

Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF ‒ Acrobat Professional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

9.1 Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно – групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение одного семестра: для бакалавров – 6 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность изучения отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Бакалавры перед изучением дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач (кейс-стади);
- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2 Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

1.1. размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

1.2. присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

1.3. выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

2.1. надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

3.1. возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушение слуха	• в печатной форме; • в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в печатной форме увеличенных шрифтом; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла;
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в печатной форме; • в форме электронного документа; • в форме аудиофайла.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработала:

Бордаченко Н.С. ст.преподаватель

(подпись)

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу дисциплины
«Мерчендайзинг»
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)»

Рабочая программа дисциплины «Мерчендайзинг» для направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)» составлена в соответствии с Федеральным государственным стандартом ВО.

В программе определены цели и задачи учебной дисциплины, перечень тем и разделов, которые должны изучить студенты, а также основные требования к уровню подготовки и объему знаний, которым должны обладать студенты по каждой из перечисленных тем.

Согласно программе, основной целью курса является приобретение теоретических знаний и практических умений и навыков в области мерчендайзинга. Программа отвечает современным требованиям к способности организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.

Программа предусматривает разноуровневое обучение и отражает индивидуальный подход к обучающимся, содержит все необходимые темы, обеспечивающие требования к качественной подготовке учащихся.

В программе четко определены модули и темы, содержание учебного материала, а также знания, умения и навыки, которыми должен овладеть студент, отображено распределение учебных часов по модулям учебной дисциплины.

Содержание программы соответствует государственным требованиям к содержанию и уровню подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в отрасли (сфера АПК)», и может быть рекомендована для использования в высших учебных заведениях.

Рецензент:

Главный редактор
журнала «Агро-Сибирь»



Анисимова О.И.